

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет»
Институт иностранных языков
Кафедра английской филологии и сопоставительного языкознания

**Эвфемизмы в англоязычных и русскоязычных женских и мужских
журналах**

Выпускная квалификационная работа

Квалификационная работа
допущена к защите
Зав. кафедрой

дата подпись

Исполнитель:
Манакова Мария
Сергеевна,
Обучающийся группы
БА-41

подпись

Руководитель:
Сандалова Наталья
Владимировна,
канд. доцент филол. наук

подпись

Екатеринбург 2018

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ЭВФЕМИЗАЦИИ ЛЕКСИКИ СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА	6
1.1. Определение эвфемизма.....	6
1.2. Структурная классификация эвфемизмов.....	9
1.3. Причины, цели и условия эвфемизации речи	11
1.4. Стилистические особенности женских и мужских глянце- вых журналов.....	15
ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭВФЕМИЗМОВ В ЖЕНСКИХ И МУЖСКИХ ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛАХ.....	21
2.1. Сферы употребления эвфемизмов в современном английском языке на примере женских и мужских глянце- вых журналов	21
2.2. Сферы употребления эвфемизмов в современном русском языке на примере женских и мужских глянце- вых журналов	32
2.3. Анализ соотношения групп использования эвфемизмов в женских и мужских англоязычных журналах	45
2.4. Анализ соотношения групп использования эвфемизмов в женских и мужских русскоязычных журналах	50
2.5. Анализ актуальности эвфемистических групп использованных в женских и мужских русскоязычных и англоязычных журналах	54
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	56
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.....	58

ВВЕДЕНИЕ

Со временем исследование языка со стороны его «внутренней структуры» отдает свое место изучению языка в актах говорения. Главную роль стали занимать такие проблемы, как: жизнь языка в обществе, трудности языка как средства общения. Так как язык является главным способом передачи информации, он меняется и формируется на одном уровне с обществом.

Данная работа посвящена анализу эвфемизмов в английском и русском языках. Изучаемый нами вид лексики представляет большой интерес для изучения. Эвфемизмы являются активным орудием языка, они напрямую зависят от коммуникативной ситуации и положения адресанта и адресата в обществе, от особенностей их культуры и менталитета страны, в которой они проживают. В русском языке существуют приемы, которые имеют отношение к непрямым значениям. Примерами таких оборотов являются следующие средства: олицетворение, синекдоха, преувеличение, эвфемизм. Эвфемизм – это нейтральное по смыслу и эмоциональной «нагрузке» слово или описательное выражение, обычно используемое в текстах и публичных высказываниях для замены других, считающихся неприличными или неуместными, слов и выражений. Таким образом, эвфемизмы используются для успешного протекания коммуникативного акта.

Актуальность исследования обозначена богатым эвфемистическим фондом языка, который изменяется вместе с самим языком, а так же, усилению роли межкультурной коммуникации в современном обществе.

Научная новизна работы заключается в наличии ряда исследований и выводов, сделанных в результате анализа конкретного материала.

Целью нашей работы является изучение эвфемизации на примере англоязычной и русскоязычной лексики иностранного языка, используемой в мужских и женских глянцевого изданиях как «Cosmopolitan», «Men's Health», «Лиза» и «Патрон»

Задачи исследования:

- 1) Определить понятия эвфемизм и эвфемизация.
- 2) Выявить причины использования эвфемизации в речи.
- 3) Рассмотреть условия использования эвфемизмов.
- 4) Раскрыть учтивость как основополагающую составляющую эвфемизации.
- 5) Найти и проанализировать эвфемизмы в женских русских и английских глянцевого журналов.
- 6) Найти и проанализировать эвфемизмы в мужских русских и английских глянцевого журналов.
- 7) Сравнить тематические категории выявленные в русских и английских женских и мужских глянцевого изданиях.

Объектом нашего исследования являются эвфемизмы в глянцевого изданиях.

Предметом являются непосредственно лексические выражения используемые в русских и английских женских и мужских глянцевого журналов.

Методами нашего исследования являются: анализ и синтез словарных определений, сопоставительный метод и метод семантического описания и метод сплошной выборки.

Материалом исследования настоящей выпускной квалификационной работы является 1009 страниц из двух выпусков глянцевого издания «Cosmopolitan» , двух выпусков «Men's Health», четырех выпусков журнала «Патрон», четырех выпусков журнала «Лиза». Всего было проанализировано 94 англоязычных эвфемистических единицы, полученных нами путем сплошной выборки.

Теоретическая значимость данной работы определена возможностью для дальнейшего теоретического обобщения, способствует выводу ряда теоретических проблем, как взаимодействие языка и мышления.

Практическая значимость данной работы заключается в возможности использования результата исследования в курсах языкознания и стилистики английского языка.

Апробация работы состоялась на 10-ой международной студенческой научно-практической конференции (УрГПУ, 2018).

Структура выпускной квалификационной работы состоит из введения, двух глав, подразделённых на подглавы, заключения, списка источников литературы.

ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ЭВФЕМИЗАЦИИ ЛЕКСИКИ СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

В данной главе мы рассмотрим основные понятия эвфемизма, характеристики эвфемизмов. В теоретическом аспекте будут исследованы основные положения, необходимые для анализа эвфемизмов.

1.1. Определение эвфемизма

Понятие «Эвфемизм» с греческого языка переводиться как «благоразумие». Эвфемизмы используются для обозначения стилистического средства выражения речи, имеют значение нейтрального слова или выражения, используемых для замены грубых или неуместных фраз.

Ученые лингвисты вывели достаточно много определений понятия «эвфемизм». В них просматриваются различные функции данного стилистического средства. Чтобы прояснить суть эвфемизма, выведенные определения были подвергнуты анализу и фракционированы по ряду функций, выполняемых тем или иным эвфемизмом.

К первой фракции относятся определения, имеющие функцию смягчения грубого выражения:

Как пишет Х. Фаулер, «эвфемизм - это мягкое, неопределенное или перифразистическое выражение для замены грубоватой точности или неприятной правды» [Фаулер 1957: 59].

По мнению Ч. Кейни, «эвфемизм - это способ, посредством которого неприятное, оскорбительное или внушающее страх слово заменяется на косвенный или более мягкий термин» [Кейни 1960: 153].

И. Р. Гальперин в свою очередь определяет понятие эвфемизма как «слово или фраза, которые используются для замены неприятного слова или выражения на относительно более приемлемое» [Гальперин 1981: 80].

В работах А. Спирса эвфемизм определяется как «замена шероховатого выражения на более мягкое и приемлемое» [1982: 99].

Ко второй фракции относятся эвфемизмы, имеющие не только функцию смягчения, но и отражение тех или иных социальных мотивов.

Э. Партридж пишет: «эвфемизмы - это выражения, которые «призваны минимизировать неприятное впечатление на слушателя или возможные неприятные последствия для говорящего, если последний хочет произвести благоприятное впечатление» [1964: 256].

У А. Кацева, «эвфемизмы есть способствующие эффекту смягчения косвенные заменители наименований страшного, постыдного или одиозного, вызываемые к жизни моральными или религиозными мотивами» [1989: 45].

В работах Е. Тюриной, «эвфемизмы - это мягкие и дозволенные, мелиоративно-иносказательные, а иногда и просто более приемлемые по тем или иным причинам слова или выражения, употребляемые вместо тематически стигма-тичного или социально некорректного анцедента, вместо слов или выражений, представляющихся говорящему запрещенными, неприличными, неприемлемыми с точки зрения принятых в обществе норм морали, или даже просто грубыми и нетактичными» [Тюрина 1998: 65].

Л. Крысин определяет эвфемизм как «способ непрямого, перифрастического и при этом смягчающего обозначения предмета, свойства или действия» [Крысин 2000: 35].

К третьей фракции относятся определения, которые тем или иным образом скрывают реальность.

Как пишет Дж. Лоуренс, «эвфемизм - та форма слов, которая (по разным на то причинам) выражает идею в смягченном или завуалированном или более почтительном виде. Причем эта смягченность иногда только

кажущаяся» [Лоуренс 1973: 56].

Помнению Дж. Нимана и К. Сильвера, «эвфемизация- это употребление неоскорбительного или приятного термина вместо прямого, оскорбительного, при этом маскирующее истину» [Ниман, Сильвер 1990: 198].

Опираясь на данную классификацию определений, мы можем сделать следующий вывод:

Эвфемизм выполняет три функции , а именно:

- Скрашивание резкого и неприятного для адресанта

Это сопровождается оцениванием адресантом слов и выражений, прямое обозначение которых понимается им как грубость, неприличие.

- Скрашивание резкого и неприятного для адресата

Отражается как суверенность употребления эвфемизма от контекста, общественная предопределенность сведения о том, что может быть эвфемизмом.

- Маскировка реальности

Это сопровождается подбором адресантом выражений, которые не просто скрашивают неприличные слова или выражения, а вуалируют смысл явления.

В своем исследовании мы придерживаемся точки зрения, что наиболее полное определение должно учитывать все роли, которые играет эвфемизм в нашей речи и в ходе изучения функций эвфемизма мы можем сформировать следующее определение:

эвфемизм - это перефраз любого неприличного или непристойного слова или выражения на более тактичное и учтивое, сопровождающийся задачей воздержаться от самого что ни на есть прямого названия всех речевых единиц, которые могут спровоцировать отрицательные эмоции у адресанта или адресата, имеющий цель маскировки феноменов реальности.

1.2. Структурная классификация эвфемизмов

Изучая эвфемизмы с точки зрения грамматики, мы сделали вывод что они имеют отличие в количестве структурного разнообразия. Как эвфемизмы могут быть использованы:

1) слова:

существительные – *curtains* (вместо death), *bum* (вместо backside), *asylum* (вместо mental hospital), *mortician* (вместо undertaker), *hairstylist* (вместо hairdresser), *heck* (вместо hell), *the late* (вместо corpse) [Dictionary of Idioms 1997: 335]

прилагательные – *blind* (visually challenged), *mature* (old), *unkind* (evil), *not clever* (stupid), *overweight* (fat) [American Idioms Dictionary 2005: 67]

глаголы – to decease (die), to sweat (to glow), rear (lavatory)

2) словосочетания – *to be eating for two* (to be pregnant), *to pass away* (to die), *advanced in years* (old), *rainy day* (bad time in life), *to wash hands/to powder smb's nose/to visit the smallest room in the house* (use the bathroom), *financially embarrassed* (being poor), *shell-shocked* (insane) [Cowie 1998: 258].

Распознавание места эвфемии в языковых явлениях может иметь некоторые трудности. Во первых, очень трудной задачей является классификация словаря. Эталоном называется классификация, где каждый рассматриваемый объект соответствует только одному классу, а классы, а свою очередь имеют четкие черты между собой, разделяющие их согласно одному и тому же критерию.

В нашей речи существует много языковых средств, которые можно по ошибке назвать эвфемизмом. А именно официализмы и жаргонизмы. Сравним их функции подробнее:

Эвфемизмы заменяют слова-табу с целью смягчения неприятных чувств, вызванные неэвфемизированными словами.

Официализмы используются в деловой сфере с целью демонстрации уважения к собеседнику, создания эффекта значимости.

Жаргонизмы заменяют нейтральные слова на просторечивые с целью обособления некоторых социальных групп, демонстрирования собственного отношения к тому или иному явлению.

Например, сравним вариации глагола *to die*:

- *to depart to God* («отправиться к богу» книжн.)

- *to go away* («уйти» нейтр.)

- *to kick the bucket* («пнуть ведро» разг.)

Так же существует классификация словарного состава языка так же вызывающая трудности. Существует стилистическая классификация словаря на такие разряды как архаизмы, сленг, жаргонизмы, книжная лексика и т.д., где признаком деления служит сфера употребления слов, характеристика коммуникативной ситуации. Трудностью является нечеткость черт между классами.

Соответственно слово *to perspire* (потеть) делиться на три класса по стилистическому признаку:

- Книжная лексика (по сравнению со словом *to sweat*)

- Эвфемизм (т.к. оно имеет функцию смягчения грубого оттенка слова *to sweat*)

- Заимствование (т.к. пришло из латинского языка).

Любое классифицирование по стилистическим признакам имеет три разряда: литературный, нейтральный, разговорный (такие группы слов как жаргонизмы, архаизмы и сленг входят в группы литературного и разговорного характера).

Так же в нашем языке существует такие понятия как дисфемия и слова-табу. Дисфемия – это замена эмоционального и стилистически нейтрального слова на более грубое, пренебрежительное. Исторически сложилось, что дисфемизм считался синонимом к слову «оскорбление». Сравнивая эти два

понятия важно упомянуть об их важной разделительной черте: эвфемизм «улучшает» обозначаемый предмет, так как имеет наиболее высокий уровень ассоциативной привлекательности, в то время как дисфемизмы действуют в противоположном ключе.

Например:

умирать – табу, отходить в мир иной – эвфемизм, подыхать – дисфемизм.

Таким образом, эвфемия и дисфемия противопоставлены друг другу по цели коммуникации, связанные с заменами, используются в зависимости от ситуации общения и прагмативной установки.

1.3. Причины, цели и условия эвфемизации речи

Коммуникация это неотъемлемая часть нашей жизни. Многие люди готовы отдать все, чтобы быть услышанными и понятыми. Успех коммуникации заключается в понимании целей одной из сторон другими участниками диалога или же поиск комфортных условий для всех сторон. Одним из правил достижения успеха является эвфемизация речи.

Рассмотрим подробнее причины эвфемизации речи:

Одной из наиболее значимых причин является табу. Итак, табу – полинезийское слово, составленное из ta - «отмечать» и ru- «всецело выделенный», «священный». Тару или tabu значит «неприкосновенный, запретный». Это слово привёз с острова Тонга в Европу английский мореплаватель Джеймс Кук. У племён, находящихся на нижней ступеньке общественного развития, табу - это «кодекс запрещений», назначение которого - регламентировать и охранять жизнь сообщества людей. Нельзя

разбрасывать пепел – «ты сгоришь». Нельзя ворошить палкой крысиную нору - «земля разверзнется и поглотит тебя».

Следы наивных представлений явственно проступали в мировоззрении древнего человека, так например греки своих богинь кары и мести нарекли вторым, подставным, именем - Эвмениды, что в переводе - благосклонные.

Древние евреи на имя их божества также налагали табу. Нарушение его каралось смертью. В связи с этим имя божества забылось, и только в прошлом веке ученые установили, что звучало оно - Яхве. Вместо этого «настоящего» имени употреблялось три других: Иегова, Саваоф и Адонай.

Далеко не секрет, что понятие табу возникло на основе верований. В древних временах существовало поверье в высшие силы. Люди верили, что именно они контролируют урожайность из полей, благополучие и здоровье близких. Так, например, считали, что членам племени запрещено дотрагиваться до тела и вещей умершего вождя. Люди соблюдали все правила, принятые в их обществе, дабы разгневанные духи не навлекли беду на их жизнь. Рассмотрев этот факт, мы можем с полной уверенностью сказать, что поверия наших предков оставили отпечаток на нашей речи. Например, существует гипотеза о происхождении таких слов как: смеркается, лихорадит, светает. Люди использовали безличные глаголы, потому что боялись назвать вслух силу, которая вызывает эти явления [Телия 1998: 203].

В своем исследовании мы пришли к выводу, что эта сила актуальности в произношении, вокруг табуированного слова и породила слова подмены, которые только приблизительно отражали сам предмет табуированности, имея в своём отражении примесь искажения, а не чистоту сущего изображение этого предмета. Весь этот процесс табуирования основан на отождествлении «вещей» и слов. Подобранные слова, часто ведут к другим созвучным словам или тем же словам, но в других значениях. Вот такая основа процесса проявляла себя во взаимосвязи и взаимозависимости слов в сознании древнего человека. А новое слово заменяющее запрет получило

название – эвфемизм (от греческих слов, переводимых «хорошо, вежливо говорю»), что и явилось ещё один источник образования синонимов в языкознании. Эвфемизм (греч. εὐφῆμη — «благоречие») — нейтральное по смыслу и эмоциональной «нагрузке» слово или описательное выражение, иностранное слово или бессмысленное созвучие, обычно используемое в текстах и публичных высказываниях для замены других, считающихся неприличными или неуместными, слов и выражений. Эвфемизмы используются в речевых или печатных текстах для замены слов, признанных грубыми или «непристойными», например, ругательных и матерных слов. Иногда в качестве эвфемизмов используются «нелитературные» слова с меньшей отрицательной «нагрузкой», чем брань и мат — просторечные, жаргонные, авторские. Использование эвфемизмов значительно смягчает негативную «нагрузку» на текст бранных или матерных слов, хотя в большинстве случаев по эвфемизму либо по смыслу текста можно установить, какое слово он заменяет. [Хакимова 2015: 25].

В ходе нашего исследования были выявлены следующие цели эвфемизации речи:

Стремление избежать коммуникативных конфликтов

Каждый адресант хочет его коммуникацию быть успешной, тем самым используя наиболее тактичные слова, чтобы не вызвать у собеседника ощущение коммуникативного дискомфорта. К примеру, представим следующую ситуацию: пассажиры автобуса, являясь друг другу совершенно незнакомыми людьми, вынуждены указывать на нужного человека по его внешним признакам. Например, мужчине А, оплатившему проезд, требовалась сдача. И только женщина Б имела наиболее близкую дистанцию с кондуктором В. Представим, что кондуктор В, дала женщине Б сдачу и сказала: «Передайте, пожалуйста, вон тому длинному мужчине». В данной ситуации слово «длинный» было бы не совсем корректно использовано и могла обидеть мужчину А. А теперь, представим, будто кондуктор В

обратилась бы к женщине Б иначе: «Передайте, пожалуйста, вон тому высокому мужчине». В данном случае, коммуникативная ситуация имела бы успех и цель коммуникации была бы достигнута.

Вуалирование

Вуалирование используется в тех случаях, когда в определенных обществах не стоит называть вещи своими именами.

Например, перенесемся во времена советского союза. Представим диалог двух мужчин на рынке. Один мужчина хочет сэкономить на каком-либо товаре. Продавец, нехотя уступает в цене, называя его «сионистом». В данной коммуникативной ситуации, обидное слово «жид» заменено на «сионист».

Зашифрованность

Адресант может эвфемизировать свою речь, преследуя цель скрыть информацию от окружающих.

Например, человек, который ищет работу, натывается на следующее объявление: «Заводу А, требуются на работу инженеры и грузчики без вредных привычек». Использовано словосочетание «без вредных привычек», понимающее под собой любителей спиртного.

В нашей работе мы так же обратили внимание на условия эвфемизации речи. Эвфемизмы являются неотъемлемой составляющей нашей речи. Люди используют эвфемизмы в следующих коммуникативных ситуациях:

1) Коммуникативная ситуация имеет довольно жёсткий социальный контроль, в таких случаях говорящий фильтрует свою речь согласно поведению других участников. Говорящий находится в неких речевых рамках, которые не позволяют ему использовать бытовую лексику.

2) Коммуникативная ситуация слабо контролируется другими коммуникантами, говорящий не подвержен высокому уровню притязаний со стороны слушающих.

Таким образом, мы можем сделать следующий вывод о том, что ситуация, в которой используются эвфемизмы, связана с контекстом и природой речевой ситуации.

1.4. Стилистические особенности женских и мужских глянцевого журналов

Женские журналы гламурного характера и их стилистические особенности – глянцевого формат, целевая элитарная политика, рекламно-позитивный стиль – определили облик гламурной журналистики.

Данная тема, а именно тема гламура является началом выбора журналистом темы статьи и формы ее изложения. Женский журнал о моде и деятельности, посвященный отдыху ставит определенные задачи перед пишущим. Во-первых – привлечь внимание читательниц, а так же отвести ее мысли от будничной рутины. Исходя из этого, мы можем выделить основной критерий гламурной журналистики, а именно воздействие с акцентом на психологическое расслабление. Чтобы достичь поставленные цели рассказчик должен владеть рядом навыков, таких как прекрасное владение словом и знанием природы английского языка.

Гламурная журналистика направлена на элитарного читателя. В лексикологии «элитарный» переплетается со значением слова «элита» - от франц. – лучший, отборный. Такое определение как «лучший», находящееся в рамках слова «элитарный», дает начало развитию сходных по семантике синонимов, объединенных общим смыслом «что-то лучшее, отличающееся своим качеством или признаком»:

Модный

пользуется популярностью в данное время

Высокий

благородный, господствующий, почетный

Элитарный

престижный, отборный, первоклассный

Светский

тонкий, фешенебельный

В некоторых журналах гламурного характера мы можем вынести на первый план издания «высокого качества», а именно следующие женские журналы, посвященные новым тенденциям моды: "Bazaar", "Vogue", "Elle", "Officiële", "In Style".

Женские глянцевого журналы имеют общие рубрики: карьера, здоровье, интимная сфера, путешествия, советы о новейшем интерьере, советы психологов и др.

Конституция «гламура» как важной цели глянцевого журнала имеет сходство с конвейером желаний: сборка образа – появление необходимости или желания иметь тот или иной товар – покупка желаемого.

Не секрет, что сферой глянцевого издания является развлекательная журналистика. В глянцевых журналах читатель всегда сможет узнать о новинках кинематографа, книг, музыки, кулинарии, макияжа, разных разделов моды, диет, спортивных упражнений, любовных отношениях, а так же о жизни знаменитых и заслуживающих внимания людей.

Тематические группы в основном пришли из Великобритании и США. Например, тема:

«интернет» - читатель наблюдает такие выражения как «*твитнуть*», «*лайкнуть*» и т.п.

«одежда и обувь» - в данной группе мы все чаще замечаем такие слова как «*джеггинсы*», «*бриджи*», «*деним*» и т.п.

«индустрия развлечения» - в этой теме читатели видят использования таких заимствований как «*джиббинг*», «*дайвинг*», «*кайтинг*» и т.п.

Со стороны лексического насыщения текстов в женском глянцево-м журнале «Glamour» мы установили ряд заимствований, которые показывают либо прямые иностранные заимствования в транслитированной форме («тренд», «фэшн», «бутик», «мейкап»), либо англоязычные лексические единицы без перевода («shopping», «beauty»).

Итак, особенность массовой культуры характеризует то, каким должна быть группа людей со своеобразными особенностями: содержательными, жанрово-стилевыми, аудиторными или технологическими в соответствии с их местом в средствах массовой информации.

Рассмотрим существующие особенности мужских глянце-вых журналов.

В наши дни мужские глянцевые издания являются не менее популярными, чем женские. В связи с ростом интереса аудитории их количество возрастает. Современный мужчина не меньше, чем женщина, уделяет внимание карьере, моде, правильному питанию, досугу и прочим сферам своей жизни. Это обусловлено тем, что каждый мужчина имеет желание быть образованным, стильным, эрудированным и привлекательным для женщин. Для достижения этих целей мужчина обращается к журналу. Для мужчин стали создавать периодические издания, где раскрываются темы спорта, автомобилей, девушек, бизнеса, секретов успеха и многого другого.

Мужские журналы имеют спрос, так как читатель может найти ответ на любой интересующий вопрос. Они также отличаются своими специфическими характеристиками от женских глянцевых журналов и имеют свои особенности. Поэтому исследовать специфику мужских журналов необходимо, чтобы понять причины востребованности у аудитории.

При сравнении содержания различных мужских глянцевых изданий, мы можем выявить следующие наиболее распространенные рубрики: спорт, стиль, здоровье, секс и отношения, карьера, автомобили, письма читателей. Именно данные темы всегда интересовали мужскую часть аудитории.

Но имея только основные тематические рубрики, журнал не сможет долго существовать, так как будет размещать информацию повседневного характера, а иногда даже неактуальную. Поэтому одним из основополагающих понятий в медиапланировании является понятие целевой аудитории. Целевая аудитория- это есть группы людей, на которых направлен информационный продукт. Целевая аудитория описывается различными социально-демографическими показателями. Очень важно знать стиль жизни и привычки целевой аудитории. Целевой аудиторией мужских глянцевого журналов являются целеустремленные, активные представители сильного пола, для которых важны положение в обществе, карьера и статус. Мужские журналы создают определенный образ читателя: мыслящий, аналитик, эрудированный, способный иронизировать над всем, в том числе и над собой, не теряется в нестандартных ситуациях, сильный и ловкий.

Важно отметить, что все глянцевые журналы для мужчин активно используют механизмы бессознательного, но каждый отдельный журнал применяет их по-своему. В мужских журналах демонстрируется женская сексуальность, причем женские образы количественно преобладают над мужскими. Еще одним способом обращения к подсознанию читателя являются фотографии, изображающие сцены жестокости и насилия, причем их появление на страницах журнала призвано развлечь мужчину. Такой прием есть не что иное, как заигрывание с мужскими инстинктами первобытного охотника. Это позволяет усилить образ сильного и успешного мужчины, который легко покоряет женские сердца, что активно используется в современных мужских глянцевых журналах.

Следует обратить внимание на женские образы на обложках мужских журналов, которые могут соответствовать современным эталонам красоты: красивое стройное тело, пышные волосы ниже плечи, привлекательное лицо. Так же существуют такие мужские издания, на обложке которых присутствует исключительно мужчина, образ которого можно рассматривать

как идеал современного рыцаря: брутальная внешность и ровный взгляд показывают мужественность и стойкость. Эти образы востребованы целевой аудиторией, потому что, они выступают объектами идентификации для читателей.

Что касается содержания мужских глянцевого журналов, то здесь часто употребляется терминологическая лексика и разные неологизмы, что скорее всего является частью игры с читателем: попытка поставить его в неловкое положение из-за незнания употребленного термина.

Для текстов мужских журналов характерна ссылка на авторитеты: визуальное представление информации в них явно преобладает над текстовым, при этом фотографии и графика зачастую бывают принципиально неформальны, авангардны.

Важным содержательным элементом мужских глянцевого журналов являются реклама. Однако, мужчины очень неохотно поддаются влиянию рекламы, в связи с чем эффективность рекламы здесь невысока. Мужчины не реагируют на свидетельские высказывания знаменитостей в пользу тех или иных товаров и услуг, если продукт и персона не имеют четкой логической взаимосвязи.

Целевую аудиторию мужских глянцевого журналов нельзя назвать однородной, она формировалась постепенно, и этот процесс продолжается до сих пор. В мире большое количество мужских глянцевого изданий, которые имеют одну и ту же структуру. Но у каждого есть своя главная тематическая линия, которая помогает читателю выбрать актуальный для него продукт.

Итак, по итогам первой главы нашего исследования мы выяснили, что:

Эвфемия является необходимым звеном в различных исследованиях для определения тех или иных закономерностей языка.

Семантическую структуру эвфемии можно представить как микросистему, все элементы которой находятся в тесной связи и

взаимодействуют между собой, а сама эвфемистическо окрашенная единица обладает рядом дифференциальных признаков.

Основной же сутью эвфемизмов является их семантическое единство и устойчивость значения.

Эвфемизмы классифицируются с точки зрения функции их применения. Исследовав функции применения эвфемизмов речи, мы вывели наиболее подходящее определение к понятию «эвфемизм».

В нашей работе мы исследовали причины эвфемизации речи, которые тесно связаны с таким понятием как «табу».

Мы так же обратили особое внимание на цели эвфемизации речи, которые ставит перед собой говорящий, перед тем как начать акт коммуникации с собеседником. Цели играют очень важную роль и делятся на три группы по своим целям. К первой цели относиться возможность избежания конфликтных ситуаций. Ко второй цели мы отнесли вуализацию тех слов, которые смягчают эвфемизмы. И третьей целью стала зашифрованность грубых и неприятных слов для коммуникантов. Каждую цель снабдили примерами из аутентичных источников.

ГЛАВА II. ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭВФЕМИЗМОВ В ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛАХ

Данная глава посвящена исследованию эвфемизмов, путем сплошной выборки из англоязычного женского глянцевого журнала «Cosmopolitan» и мужского глянцевого журнала «Men's Health», а так же анализы русскоязычных глянцевых изданий как «Лиза» и «Патрон». Нами было проанализировано пять групп эвфемизмов из глянцевого издания «Cosmopolitan», четыре группы из глянцевого издания «Men's Health», восемь групп эвфемизмов из журнала «Патрон» и семь из журнала «Лиза». На каждую из них приведены примеры.

В заключительном параграфе нами был проведен анализ частотности употребления эвфемизмов на выявленные нами темы. Результаты исследований представлены в диаграммах.

2.1. Сферы употребления эвфемизмов в современном английском языке на примере женских и мужских глянцевых журналов

На протяжении многих лет лингвистика ставит своей целью исследование специфики восприятия окружающего нас мира и его отражения. Таким образом, на различных периодах развития научной мысли, лингвисты обращают внимание на формы воспроизведения реальности, в разной степени переплетающихся с общественным спросом.

Во время взаимодействия с обществом, человек зачастую имеет цель скрыть от общества негативно воспринимаемые вещи. Человек

предпринимает попытки сгладить нелицеприятные моменты, заменяя те или иные слова и выражения эвфемизмами. Данное действие придает экспрессию нашей речи.

В лингвистике выведено большое количество определений «эвфемия», в которых отражены функции данного явления. В настоящей работе эвфемия, подразумевает под собой лингвистический процесс, направленный на скрывание или недозволенного или некорректные слова более утилитарные и пристойные.

При исследовании ряда выпусков журнала «Cosmopolitan» общим объемом 252 страницы было выявлено 54 единицы эвфемизмов. Исследованный материал представил возможность составить их классификацию по сферам использования.

Анализ показал, что можно выделить 5 основных тематик использования, а именно:

- возраст;
- вес;
- карьера;
- материальное положение;
- физиология;

➤ Достаточно актуальной темой для женщин является их возраст. Женщины склонны скрыть его любыми путями, используя пластическую хирургию, косметические средства, физические упражнения и т.д. Эта направленность отразилась и в языке.

Итак, вместо «old» использованы следующие выражения:

«Get your hands on some of our women's over the hill t-shirts!» [Cosmopolitan 2016: 3], что в переводе: *«Приготовься приобрести футболки из коллекции для статных дам!»*

В данном случае мы наблюдаем выражение «women's over the hill», что в переводе с английского языка означает «статные дамы». Авторы журнала посчитали нужным в данном случае не использовать достаточно колкое для слуха слово «old» – «старый». В связи с выведенными нами целями эвфемизмов мы сделали вывод, что с данным примером авторы преследовали цель вуалирования, чтобы не называть вещи своими именами.

Рассмотрим ещё несколько примеров эвфемизации речи с вышеупомянутой целью:

«Just search for chronologically gifted on Facebook and request to join» [Cosmopolitan 2016: 6], что в переводе: *«Просто ищем по запросу пожилые на Фейсбуке и отправляем заявку в друзья»*.

Рассмотрим данный пример подробнее, эвфемизм «*chronologically gifted*», переводиться на русский язык как «*пожилые*». Авторы журнала нашли неприемлемым использование слова «old» – «старый», и заменили его на более уважительное, используемое для людей возраста данной категории.

Рассмотрим следующую группу примеров комплексно:

«...the magazine is therefore recommended for a mature audience» [Cosmopolitan 2016: 8] *«поэтому журнал рекомендовал для зрелой аудитории»*

«His lawyer has been around the block a few times and knows what to expect» [Cosmopolitan 2016: 7] - *«Его адвокат очень опытный и знает чего ожидать»*

«Though my grandpa loves to read, he is rather advanced in years» [Cosmopolitan 2016: 76] - *«Несмотря на то, что мой дедушка в достаточно преклонном возрасте, он любит читать»*.

Во всех трех случаях авторы использовали эвфемизмы, которые дают читателю понять, что речь ведется не только о пожилых, но и о достаточно опытных людях, имеющих большой жизненный опыт и разбирающихся в тех или иных вопросах действительности.

➤ Поговорим о следующей группе эвфемизмов, относящихся к весу.

Следующая группа, которую мы выделили, это эвфемизмы, существующие для обозначения веса. Во все времена женщины очень трепетно относились к своему внешнему виду. Каждая из нас старается предстать в лучшем свете и облике. Говоря о весе и его избытке, авторы многих глянцевого изданий используют эвфемизмы с целью избежать потери читательниц. Данная группа нашла широкое применение так же и в таком журнале как «Cosmopolitan».

Вместо «fat» использованы следующие выражения:

«Cosmopolitan meant to celebrate the idea that "Plump Is Pretty" [Cosmopolitan 2016: 74], «Космополитан провозглашает идею о том, что полненькие прелестны».

В данном случае перед читателями предстал такой эвфемизм как «*plump*», что в переводе с английского языка означает «полненькие». Авторы журнала посчитали нужным использовать именно это слово, так как он звучит наиболее благородно, чем «fat» - «толстый». Исследуя этот пример мы сделали вывод, что здесь эвфемизм преследует цель избежать коммуникативный конфликт. Рассмотрим ещё несколько примеров эвфемизации, которые имеют такую же направленность:

«Monserrat Caballé - a woman of unashamedly proportions» [Cosmopolitan 2016: 87] - «Монсеррат Кабалье - женщина с нескромными формами».

В данном примере полнота, возносится как аристократическая черта, присущая только статным дамам. Именно эвфемизм «*a woman of unashamedly proportions*» - «женщина с нескромными формами», подчеркивает благородство данной физиологической особенности.

«How to Look Effortless Stylish when you are a traditionally built woman?» [Cosmopolitan 2016: 98] - «Как выглядеть стильно без усилий, если ты женщина в теле?»

«Being overweight is common especially where food supplies are plentiful and lifestyles are sedentary» [Cosmopolitan 2016: 104] - *«Приобретение избыточного веса зависит от количества пищи и сидячего образа жизни»*

«Undernourishment is most often due to not enough high-quality food being available to eat» [Cosmopolitan 2016: 109] - *«Причиной недоедания часто становится прием не здоровой пищи в больших количествах»*

Исследовав вышеупомянутую группу эвфемизмов мы сделали вывод, что их использование является очень важной чертой, особенно для читательниц женского пола, так как они склонны принимать те или иные комментарии, касающиеся веса, очень глубоко и близко к сердцу.

Итак, рассмотрим ещё одну группу эвфемизмов:

➤ Авторы женских глянцевого журналов не напрасно уделяют внимание темам материального положения. Ещё с времен древности женщина была хранительницей очага и на подсознательном уровне стремилась к мужчине добытчику, победителю. Несмотря на большое количество женщин, находящихся на руководящих должностях, большинство все таки традиционно опираются на своего мужчину. Исследуемый журнал познакомил нас с множеством статей, касающихся данной темы, например:

Вместо «poor» использованы следующие выражения:

«All day long the gates of the packing houses were besieged by starving and penniless men» [Cosmopolitan 2016: 56] - *«Весь день ворота были окружены голодающими и лишенными средств людьми».*

В приведенном примере мы видим использование эвфемизма «penniless» - «лишенный средств» вместо «poor» - «бедный», так как данный журнал нацелен на широкий круг аудитории и слово «penniless» намного лучше вписывается в данный контекст.

«And they take advantage of the innocent, the native, the grieving, the needy people out of there» [Cosmopolitan 2016: 49] - *«Они используют доверчивых, наивных, скорбящих и нуждающихся людей с улицы»*

В данных примерах использованы эвфемизмы, которые имеют цель избежать коммуникативных конфликтов по вопросам достатка и заработка. Это не секрет, что достаток является одним из критериев оценивания работоспособности и других личностных качеств человека, таким образом, чтобы избежать резкого слова «*poor*» - «бедный» авторами использована масса других слов, имеющих более нейтральное значение.

➤ Следующим шагом стала группа эвфемизмов на тему работы и карьеры.

В наше время статус женщина – карьеристка не вызывает у окружающих бурных эмоций и удивления. К данной категории относятся представительницы слабого пола с определенными волевыми и личностными качествами. Исследуемый нами журнал отмечает, что работа для некоторых типов женщин очень важная деятельность, в которой она уверенно продвигается по карьерной лестнице и во многих ситуациях проявляет решительность и силу воли. Таким образом, в данном журнале прослеживается немалое количество эвфемизированных слов и выражений, которые имеют отношение к работе:

«She was layed off workmen during a business depression» [Cosmopolitan 2016: 58] - «Она была сотрудником, уволенным во время спада деловой активности».

При подробном рассмотрении данного примера мы выяснили, что такой эвфемизм как «*a business depression*», который в переводе с английского языка значит «спад деловой активности» применен для замены слова «*crisis*» - «кризис»:

«Time was hard and he was forced to cut excesses» [Cosmopolitan 2016: 98] - «Время было тяжелым и он был вынужден сократить персонал».

В представленном примере мы видим такой эвфемизм как «*to cut excesses*», который переводиться как «сократить персонал». Он был использован

авторами для замены слова «dismiss» - «уволить», которое имеет более яркую смысловую окраску.

➤ Итак, рассмотрим последнюю группу изученных нами эвфемизмов:

В данной группе мы заключили эвфемизмы, которые относятся к сфере физиологии. Эта группа достаточно обширная, так как в ней присутствуют эвфемизмы, определяющие ту или иную деятельность.

Рассмотрим подробнее, как авторы женского глянцевого журнала скрывают слово, использованное для обозначения той или иной степени алкогольного опьянения, а именно: «*drunk*».

«*After three drinks of rum, Alex was feeling no pain*» [Cosmopolitan 2016: 67] - «*После трех глотков Алекс расслабился*».

Эвфемизм «*feel no pain*» - «*расслабиться*», в данном случае подразумевает под собой то, что Алекс, в силу алкогольного опьянения стал относиться ко всему более равнодушно.

«*Try not to get smashed at the beer party*» [Cosmopolitan 2016: 71] - «*Попытайся не размякнуть на пивной вечеринке*».

Эвфемизм «*to get smashed*» - «*размякнуть*», в данном случае скрывает более эмоционально окрашенное слово как «*get drunk*» - «*напиться*».

«*Sam kept getting shot down by the girls he spoke too, and by dawn you could say he was tired and emotional*» [Cosmopolitan 2016: 87] - «*Сэма осаждали девушки, с которыми он общался, и к утру он был уставшим и нервным*».

Рассмотрим следующую подгруппу эвфемизмов, относящихся к женскому здоровью:

«*Every month women have a bad week*» [Cosmopolitan 2016: 122] - «*Каждый месяц женщины сталкиваются с тяжелой неделей*».

В данном случае эвфемизм «*a bad week*» - «*тяжелая неделя*», использован для замены слова «*period*», что в переводе с английского значит «*менструальный период*».

Обратим внимание на ещё одну группу эвфемизмов, относящихся к беременности и заменяющих выражение *«to be pregnant»* - «*быть беременной*»:

«She is in the family way» [Cosmopolitan 2016: 134] - «*Она встала на дорогу семейного пути*».

Эвфемизм *«to be in family way»* - «*встать на дорогу семейного пути*», использован для замены выражения *«to be pregnant»* - «*быть беременной*», а так же для того, чтобы читатели понимали, что женщина морально готова растить и воспитывать будущих детей.

«She's in a delicate condition» [Cosmopolitan 2016: 134] - «*Она в деликатном положении*».

Эвфемизм *«to be in a delicate condition»* значит «*быть в деликатном положении*», использован для того, чтобы читатели понимали, что женщина не просто беременна, а имели во внимании тот факт, что в своем положении она нуждается в особом отношении и заботе.

В группе эвфемизмов, которые обозначают некоторое физическое состояние, мы выделили еще два следующих примера:

«My boss is starting to look a little thin on top» [Cosmopolitan 2016: 114] - «*Мой босс начал выглядеть чище на макушке*».

Эвфемизм *«to be a little thin on the top»* использован для замены выражения *«to be bald»* что в переводе с английского языка значит «*быть лысым*». Выбор такого эвфемизма можно объяснить тем, что коллега не хотел обижать своего босса и использовал в своей речи более нейтральное слово.

«Exhibits can appear to be a bit worse for wear» [Cosmopolitan 2016: 118] - «*Экспонаты могут выглядеть немного старенькими*».

Эвфемизм *«to be a bit worse for wear»* использован для замены выражения *«to be musty»* - «*быть устарелым*» а так же для того, чтобы подчеркнуть старинную принадлежность этих вещей.

Так же нами было исследовано мужское глянцевого издание «Men's Health» объемом 298 страниц. Нами было выявлено 14 единиц эвфемизмов. Мы подразделили выявленные эвфемизмы на три смысловые группы, а именно:

- отношения;
- материальное положение;
- карьера;

➤ Наименьшее количество эвфемизмов в исследованном мужском глянцевого журнале было использовано на тему отношений с противоположным полом. Так например, слово «to lie», имеющее отрицательный коннотативное значение «врать», было заменено более нейтральным эвфемизмом как «*to be economical with the truth*» («экономить на правде»):

«*Finally he found out that his girlfriend had been economical with the truth*» [Men's Health 2016: 32].

Так же мы выявили, что авторы, стараются не употреблять слово «arguments» - споры. В данных случаях мы встретили такие эвфемизмы как «to have words with someone», что в переводе означает «перекинуться словечком»:

«*If you can't wait anymore you should just to have words with your boss*» [Men's Health 2016: 35].

Достаточно распространены эвфемизмы в описании женщин легкого поведения. Так, слово «prostitute» заменено на слово «lady of the night», что означает: «ночная бабочка».

«*A lady of the night tells all inside the bedroom*» [Men's Health 2014: 78].

➤ Редакторы и психологи журнала «Men's health» в своих интервью говорят о том, что в наше время, мужская половина читателей очень сосредоточены на уровне своей обеспеченности. Таким образом, следующей группой стали эвфемизмы, которые тем или иным образом связаны с благосостоянием человека.

Итак, вместо выражения *«being poor»*, в данном глянцевоm издании встречаются такие эвфемистические единицы как: *«financial stress»*, что означает «финансовый кризис»:

«Outsmart financial stress» [Men's Health 2016: 53].

Так же эвфемизм *«needy»*, который переводится как «нуждающийся»:

«We as a species have shifted from hospitably opening our doors to shutting down our borders; from providing for the needy to safeguarding our needs» [Men's Health 2016: 54].

Таким же образом, широко использованы такие семантически близкие эвфемизмы как *«penniless»*, «без гроша»:

«He chuckles, maybe at the penniless fate he so neatly sidestepped» [Men's Health 2016: 58].

«Socially deprived», что в переводе на русский язык означает «неимущий»:

«This chapter explores the relationship between men's health and social capital based on the findings from a qualitative research project in a socially deprived» [Men's Health 2016: 67].

«Low income», что в переводе означает «низкий уровень дохода»:

«Public policy should focus on increasing access to health insurance among low-income men, which may improve their health, productivity» [Men's Health 2014: 55].

«Negative cash flow», в переводе как «дефицит наличия денег»:

«10 ways for healthcare firms to improve negative cash flow» [Men's Health 2014: 132].

➤ По опросам, проведенным среди читателей журнала «Men's health», можно сделать вывод, что журнал более популярен у мужчин, которые занимают высокооплачиваемые должности. В связи с этим, мы выделили группу эвфемизмов, связанных с карьерой и саморазвитием. Так авторы журнала заменяют *«incompetent»* - «некомпетентный», эвфемизмом *«partially proficient»*, что означает «частично владеющий»:

«If you get rejected for a job because you are partially proficient, that means you are just plain unqualified» [Men's Health 2014: 87].

В этом же смысле широко используется такой эвфемизм как *«immature»*, который переводится как *«не опытный»*:

«Relinquish these signs of immaturity and embrace adulthood» [Men's Health 2016: 45].

Для многих людей, находящихся в группе рабочего слоя населения, увольнение является большой проблемой. Таким образом, выражение *«to be fired»* - *«быть уволенным»*, заменяется рядом следующих эвфемизмов:

«To be canned» - *«быть снятым с должности»*

«See what happens behind closed conference room doors, and how to rebound after being canned» [Men's Health 2014: 40].

«To be replaced» - *«быть замененным»*:

«Whether you really are being replaced or not, maybe it's time to find a job where you'll feel appreciated» [Men's Health 2016: 77].

«To be selected out» - *«быть отсеянным»*:

«It is not a shame to be selected out from the job competition» [Men's Health 2014: 53].

Выявленные группы эвфемизмов использовались авторами журналов «Cosmopolitan» и «Men's Health» для того, чтобы зашифровать от окружающих какую-либо информацию о предмете, человеке, о реальном положении дел. В выявленных группах эвфемизмы имеют цель шифрования так же, потому что, читая такие статьи, мы мысленно подразумеваем другие слова, которые более эмоционально и стилистически окрашены, но видим мы достаточно спокойный и выдержанный эвфемизированный вариант данного слова или выражения, который не отталкивает читателя.

2.2. Сферы употребления эвфемизмов в современном русском языке на примере женских и мужских глянцевого журналов

При исследовании ряда выпусков журнала «Патрон» общим объемом 232 страницы нами было выявлено 23 эвфемистических единиц. Данное количество позволило нам классифицировать данные единицы и выявить основные темы использования.

Проведенный анализ позволил выделить 8 тематик использования, а именно:

- экономико-политические отношения;
- материальное положение;
- возраст;
- внутренний мир человека;
- физиология;
- отношения;
- вредные привычки;
- внешность;

➤ Современная мужская аудитория данного издания активно интересуется внутренними и внешними экономико-политическими отношениями и законом, что позволило нам выделить данную тему в обособленную группу. Обратимся к примерам:

«...В общем и целом, все шло к тому, что США, вот-вот станут страной, где так вольно дышит человек» [Патрон 2013: 3].

В данном примере автор статьи опускает слово *«рабство»*, так как оно является оскорбительным и унижает достоинство человека в современном обществе.

«Цены на черное золото поплыли вверх» [Патрон 2013: 3].

«В этом предложении мы видим эвфемизм *«черное золото»* который использован для замены выражения *«труд черных»*. Авторы посчитали

политически - некорректным использование тех слов, которые подразумеваются, а так же, авторы отказались от использования всеми принятого выражения *«труд афроамериканцев»* потому как читателя нужно заинтересовать и привлечь его внимание определенной манерой письма.

«Фабрика переживала серьезный экономический спад» [Патрон 2013: 15].

Эвфемизм *«экономический спад»* подразумевает под собой слово *«кризис»*, которое имеет наиболее отрицательную коннотацию и по некоторым соображениям авторов статьи, было заменено.

Данная классификация позволяют нам сделать вывод о том, что мужская аудитория не равнодушно относится к теме политике. Она является одной из самых обсуждаемых тем в данном издании. Читатели желают знать о происходящих событиях и разбираться в сложившихся политических устоях.

«Почему зона приняла вас хорошо при такой не почетной статье УК» [Патрон 2013: 15].

Данная цитата приведена из интервью одного из политических деятелей, попавших в тюрьму на определенный срок. Материальное положение и занимаемая ранее должность интервьюируемого не позволила корреспонденту использовать по отношению к нему прямую характеристику статьи за мошенничество, а именно выражение *«позорная статья»* было опущено и заменено нейтральным эвфемизмом *«не почетная статья»*.

➤ Следующей, выделенной нами темой, стала тема материального положения человека. Из окон веков, мужчина считался кормильцем и добытчиком для своей семьи. Сложившаяся поколениями система семьи проявляется в современной литературе. Для читателей мужского глянцевого издания «Патрон» тема материального положения является одной из самых актуальных. Это позволило нам выявить следующие примеры:

«Условия, в которых рос маленький Карлос, были далеки от тепличных» [Патрон 2013: 31].

Эвфемизм, использованный авторами в данных строках, заменяет выражение *«бедные, тяжелые условия»*, что позволяет читателям не испытывать отрицательные эмоции на тему бедности и несостоятельности.

«Журналисты пьют кофе и треплются в курилке, размышляя, чтобы такого написать, чтобы и завтра было на что пить кофе» [Патрон 2013: 3].

Выражение *«было на что пить кофе»* заменяет выражение *«иметь средства на существование»* придавая предложению более шутливое настроение посредством повторения слова *«кофе»* в разных смыслах. В первом случае *«журналисты пьют кофе»* имеется ввиду перерыв от работы, а во втором случае *«было на что пить кофе»* подразумевается заработная плата журналистов, которая позволяет им платить не только за кофе, но и в целом, возможность покупать нужные товары для существования.

Таким образом, издание, направленное на читателей сильного пола, поднимает те или иные проблемы благосостояния и материального положения мужчины. В исследованных изданиях приводится множество ярких и успешных личностей для подражания.

➤ Мужчин и женщин волнует тема возраста и старения. В исследованных нами изданиях широко обсуждается тема здорового образа жизни и сохранения молодости. В статьях данного мужского глянцевого издания приводится множество примеров популярных личностей преклонного возраста, что не позволяет авторам давать прямую характеристику. Обратимся к следующим примерам:

«Сорок, что и говорить, не малый» [Патрон 2013: 30].

Данная цитата выбрана из статьи жизни и биографии звезды голливудского кинематографа, Чака Нориса. Чак Норис пример волевого человека, выбившегося из толпы и бедного детства. Авторы используют следующий пример по отношению к нему, характеризуя его как красиво стареющего мужчину.

«Серебрившиеся виски не мешали пику его популярности» [Патрон 2013: 46].

Таким образом, в вышеприведенном примере опущено слово *«седые»*, что позволяет сохранить статность актера.

В следующих примерах авторы издания показывают желание скрыть от читателя тему старения.

«Золотой возраст берет свое» [Патрон 2013: 40].

«Золотой возраст» служит заменой выражению *«пожилой возраст»*. Слово *«золотой»* использованное в контексте возраста, придает выражению положительное значение и характеризует данный возраст статностью и опытом.

«Осмысление приходит лишь на закате жизненного пути» [Патрон 2013: 13].

Словосочетание *«закат жизненного пути»* подразумевает *«старость»*, *«конец жизни»*. Слово *«закат»* в отличие от слова *«конец»* не имеет негативного значения, таким образом авторы избавили читателя от возможных негативных эмоций посредством эвфемизации письменной речи.

Для целевой аудитории данного издания не приемлемо напоминание о старости и пожилом возрасте, таким образом на смену данным словам приходят эвфемизмы и эвфемистические словосочетания *«золотой возраст»*, *«закат жизненного пути»*

➤ Четвертой обсуждаемой темой в данном глянцево-м издании стала тема внутреннего мира человека, а именно его характера и навыков.

В исследуемом глянцево-м издании часто публикуются статьи о выдающихся писателях и художниках. Невозможность употребления слов отрицательной коннотации по отношению к ним, позволило нам выделить данную группу. Обратимся к примерам:

«За неимением ангельского терпения, ему было сложно» [Патрон 2013: 13].

В приведенном примере заменено такое выражение как *«вспыльчивость»*, которое в свою очередь не может быть использовано в отношении известного писателя. Данную точку зрения подтверждают и следующие примеры:

«Эта мысль вовсе не пришлась по душе великому Пикассо» [Патрон 2013: 6].

Данное предложение описывает мысли Пикассо в отношении творческих замыслов не столь известного художника. Эвфемизм *«не пришлась по душе»* использован для замены выражения *«не понравилась»*, для того, чтобы не задеть ценителей искусства молодого портретиста.

«Ну, Малевич, как всякий поляк, был болезненно самолюбив» [Патрон 2013: 8].

Авторы статьи о выдающемся художнике посчитали неприемлемым использование отрицательных слов в описании его характера, заменив прилагательное *«высокомерный»* на наиболее нейтральное выражение.

«Асоциальные художники и кистью не владеют» [Патрон 2013: 8].

Авторы статьи избежали прилагательного *«бездарны»*, заменив его на менее отрицательное выражение.

«Умельцам из Тжер не до шуток» [Патрон 2013: 12].

Словосочетание *«не до шуток»* заменяет выражение *«вражески настроены»* и является более нейтральным по отношению к скрываемому смыслу.

➤ Как для живого существа, тема физиологии является достаточно обыденной и широко используемой в бытовом обиходе между близкими людьми, что позволило классифицировать отдельно пятую тематику для нашего исследования. Читатель и автор такими не считаются, следовательно, некоторые моменты жизни человека, описываемые в мужском глянцевого журнале, скрыты посредством эвфемизации письменной речи.

Рассмотрим следующие примеры:

«Откуда у мусульман и иудеев обычай дарить богу не самый презентабельный кусок своего тулова?» [Патрон 2013: 3].

В приведенном отрывке из статьи об особенностях мусульманской культуры словосочетание *«не самый презентабельный кусок своего тулова»* скрывает более интимное выражение *«крайняя плоть мужского полового органа»*.

Авторы используют данный эвфемизм, так как некоторые читатели сочли бы некорректным использование столь явного и прямого описания.

«Хотелось пить и наоборот» [Патрон 2013: 3].

В приведенном выше предложении слово *«наоборот»* несет в себе скрытый смысл, так как подразумевает выражение *«справить нужду»*. Авторы статьи не считают нужным неприкрыто и прямо обсуждать общечеловеческие потребности в своем глянцевого издания, так как так называемая «туалетная тема» не должна фигурировать в современном обществе и в литературе, читаемой этим обществом.

➤ Во все времена для человека остается важным установления межличностных отношений, это позволило нам выделить шестую тему в нашем исследовании. Авторы мужского глянцевого издания «Патрон» публикуют большое количество статей посвященных отношениям между мужчиной и женщиной. В данных статьях мы можем проследить исследуемое нами явление эвфемизации.

Обратимся к примерам:

«Каких только женщин не знал он...» [Патрон 2012: 29].

В данном примере мы можем наблюдать выражение *«знать женщин»*, что подразумевает *«вступать в половые отношения»*.

«Туземцы встретили их как родных» [Патрон 2013: 3].

Данный эвфемизм имеет скрытый смысл, а именно *«туземцы их не съели»*.

➤ Седьмой выделенной нами темой стала тема вредных привычек разного характера. Обратимся к примерам:

«Приняв свое лекарство он отправлялся к рабочим и раздавал указания» [Патрон 2013: 13].

В данной статье авторы описывают жизнь одного из градоначальников. Соответственно, говорить о том, что этот человек с высокой должностью выпивал «алкоголь» на рабочем месте не корректно. Таким образом, слово *«алкоголь»* было заменено на *«лекарство»*.

В мужском глянцевого издания «Патрон» авторы прибегают к описанию злоупотребления алкоголем.

Обратимся к примерам:

«Последствия хмельных дел давали о себе знать» [Патрон 2013: 34].

«Нужно было выжить, залить горе и продолжать существовать» [Патрон 2013: 24].

В обоих примерах авторы нейтрализовали слово «пьянство» заменив его некоторыми эвфемизмами, которые звучат более выгодно в отношении обсуждаемых людей.

➤ Восьмой темой стала тема внешности человека. Внешность является не маловажной составляющей в современном обществе. Приятный внешний вид человека был, есть и будет важным условием для установления контакта между незнакомыми людьми.

Рассмотрим пример:

«Дама, лет сорока, умеренной симпатичности» [Патрон 2013: 12].

Итак, выражение «умеренная симпатичность» использовано автором мужского журнала «Патрон» с целью замены грубого выражения «не красивая».

Так же нами был проведен анализ и классификация эвфемистических групп, выделенными нами из ряда выпусков русского женского глянцевого журнала «Лиза». Проанализировав 227 страниц, мы выявили 36 эвфемистических единиц. Данные единицы были классифицированы нами в следующие тематические группы:

- физиология;
- вес;
- возраст;
- гастрономия;
- внутренний мир человека;
- отношения;

- материальное положение;

➤ Первой и наиболее обширной стала тема, посвященная физиологическим особенностям человека. Рассмотрим следующие примеры:

«Гера прикована к инвалидному креслу из-за хрустальной болезни» [Лиза 2018: 5].

Эвфемизм «хрустальная болезнь» подразумевает заболевание, которое характеризуется повышенной ломкостью костей. Данный эвфемизм позволяет сохранить общую положительную картину статьи о талантливом и добром человеке путем опущения точных медицинских терминов. Обратимся к следующему примеру, связанным с медициной:

«При появлении аромата моченых яблок или ацетона изо рта и тела нужно сдать анализ крови на сахар и кетоновые тела» [Лиза 2018: 17].

Эвфемизм «аромат» использован в качестве замены слова «запах», которое имеет более негативное коннотативное значение, что может привести к возникновению у читателя неприятных ощущений.

«Выхожу я утром из дома, вся такая на каблучках, и на льду около подъезда грациозно растягиваюсь» [Лиза 2018: 32].

В данном примере использован эвфемизм «грациозно растягиваюсь», который служит заменой слову «падать». Использованный эвфемизм придает некоторую комичность данному предложению.

«Если у женщин разных поколений пробивается непрошенная растительность на верхней губе» [Лиза 2018: 18].

Эвфемизм «непрошенная растительность на верхней губе» является заменой слову «усы». Данный эвфемизм применен с целью сохранения гендерного признака данного журнала, так как слово «усы» чаще всего присутствует в описании мужского пола.

«Резкое похудение приводит к образованию лишней складки в нижней трети лица» [Лиза 2018: 12].

Эвфемизм *«лишняя складка в нижней трети лица»* использован для замены словосочетания *«второй подбородок»*. В данном случае применен метод вуализирования прямой сути слова, путем замены на другие, более нейтральные слова, с сохранением значения, которое вложил автор.

«Вид у нее был не важный» [Лиза 2018: 13].

Эвфемизм *«не важный»* использован для замены слова *«плохой»*, так как имеет нейтральное значение.

Как известно, женщины уделяют очень пристальное внимание состоянию кожи и волос. Таким образом, в исследуемом нами издании присутствует множество информации по данной актуальной теме. Рассмотрим следующие примеры:

«Многие женщины ведут борьбу с апельсиновой коркой» [Лиза 2018: 16].

Эвфемизм *«апельсиновая корка»* использован вместо слова *«целлюлит»*.

«Многие из нас имеют капризную кожу» [Лиза 2018: 19].

Эвфемизм *«капризная»* использован для замены целого ряда отрицательных, негативных слов, таких как: *«шелушащаяся»*, *«стянутая»*, *«пигментная»* и т.д.

«Решение проблемы гиперсекреции сальных желез», или *«проблемы жирного блеска»* [Лиза 2018: 22].

«Средство для регенерации волосяных луковиц», или *«средство от лысины»* [Лиза 2018: 27].

Данная тема стала наиболее обширной, так как представительницы женского пола очень внимательны к своему внешнему виду и состоянию.

➤ Следующей, выделенной нами темой, стала тема веса. В связи с тенденцией на худобу, девушки стараются соответствовать общественному идеалу 90-60-90. Рассмотрим, как данный факт проявляет себя в женской литературе путем эвфемизации лексики:

«Одежда, которая правильно подчеркнет достоинства и скроет недостатки» [Лиза 2018: 9].

«Комбинезон в крупную клетку с лаконичной драпировкой на лифе скроет лишний объем» [Лиза 2018: 8].

«Ты же понимаешь, что ничего глобального ЭТО не меняет» [Лиза 2018: 27].

В приведенных нами примерах мы можем наблюдать как эвфемизмы «недостатки», «лишний объем», «ЭТО» - заменяют словосочетание «лишний вес». Данная замена помогает сохранить позитивный настрой читателя, при обсуждении данной проблемы.

«Пышные красавицы никогда не оставляли его равнодушным» [Лиза 2018: 30].

В данном примере эвфемизм «пышные» выступает заменой слову «полные», которое имеет значительно выраженный негативный смысл. Рассмотрим следующие примеры, в которых заменено это же слово, но другим путем:

«Он оказался таким слоником» [Лиза 2018: 34].

В данном случае уменьшительно ласкательное существительное «слоник» придает предложению позитивный оттенок.

«В школе она была довольно упитанная» [Лиза 2018: 34].

По сравнению с подразумеваемым словом, эвфемистическое словосочетание «довольно упитанная» не имеет отрицательной оценки, а так же ассоциируется с хорошим здоровьем.

Следующие примеры, использованные в данной тематике, выражают призыв к здоровому образу жизни. Данные примеры так же использованы в рамках проблемы лишнего веса.

«Вашей паре пора заняться собой» [Лиза 2018: 34].

«Вам нужно больше заботится о себе» [Лиза 2018: 34].

Эвфемизмы «заняться собой» и «заботится о себе» приведены в качестве призыва к физическим нагрузкам, которые способны лишить проблему лишнего веса.

➤ Следующей, выделенной нами темой, стала тема возраста. Во все времена женщины стараются выглядеть молодо и зачастую скрывают свой

физиологический возраст. Мы можем сделать вывод, что этот факт нашел отражение и в женской литературе. Итак, обратимся к следующим примерам: *«Подиум зрелой красоты»* [Лиза 2018: 44].

«Преклонный возраст не повод забрасывать свой внешний вид» [Лиза 2018: 40].

Итак, эвфемизмы *«преклонный»* и *«зрелый»* использованы для замены подразумеваемого слова *«старый»*. Данные эвфемизмы преподносят данную тему с уважением и наделяют смыслом своеобразной грации данного возраста. *«Возможно ли добиться успеха, не будучи молодой особой...»* [Лиза 2018: 41].

Эвфемизм *«не будучи молодой особой»* подразумевает совершенно обратное значение, а именно *«будучи пожилой»*, что позволяет заменить выражение на более нейтральное по смыслу.

«Этот базовый набор ты можешь чуть изменить, если боишься быть похожей на героиню Служебного романа» [Лиза 2018: 33].

Итак, в данном примере автор использует сравнение из советского кинофильма. Одежда героинь данного фильма отличалась скромностью и не броскими цветами, в силу среднего возраста героинь и принятых канонов моды того времени. Таким образом, в данном примере мы имеем скрытое словосочетание *«выглядеть старомодно»*.

➤ Следующей классифицированной нами темой стала тема взаимоотношений. Итак, рассмотрим подробнее следующие примеры:

«Его семью вряд ли бы сочли благополучной» [Лиза 2018: 44].

В данном примере мы наблюдаем эвфемистическое выражение *«вряд ли бы сочли благополучной»*, что служит заменой слов: *«проблемная»*, *«неблагополучная»*, которые обладают негативным коннотативным значением.

«Похуже, отношения были вовсе не такими безоблачными» [Лиза 2018: 45].

Данный пример имеет метафоричную сущность, так как отношения, сравниваются с небом, а именно с облачным, что характеризует данные отношения как *«не идеальные»*, *«натянутые»*, *«сложные»*.

«Страсти на шоу кипят не шуточные» [Лиза 2018: 46].

Эвфемизм *«не шуточные»* скрывает такие слова как *«серьезные»*, *«не приятные»*, *«жестокие»*.

«И открывает она мне дверь, я захожу и вижу на кухне у нее мужчину не самой русской наружности» [Лиза 2018: 33].

Эвфемизм *«не самой русской наружности»*, использованный в прямой речи, описывает человека, приехавшего из другой страны и показывает отношение говорящего к эмигрантам. Данный эвфемизм используется для замены негативного слова *«гастарбайтер»*.

➤ Исследуемый нами женский журнал «Лиза», содержит множество статей, посвященных кулинарии. Итак, обратимся к следующей группе эвфемизмов, связанных с гастрономией:

«Сочетание хлеба с другими продуктами считается не очень полезным» [Лиза 2018: 38].

Эвфемизм *«не очень полезный»* использован авторами статьи вместо таких слов как *«не полезный»*, *«вредный»*, так как настойчивый призыв к правильному питанию является излишним и навязчивым.

В данном журнале часто публикуются разные рецепты, а так же советы к ним.

«Срок хранения не велик» [Лиза 2018: 28].

Эвфемизм *«не велик»* использован для замены таких слов как *«скоропортящийся»*, *«маленький срок годности»*, *«быстро портящийся»* и т.д. Таким образом, данный эвфемизм помогает сохранить интерес читателя к блюду, но в то же время ненавязчиво предупреждает.

В следующих примерах из рецензий, которые были даны на некоторые рестораны, мы наблюдаем замену слова «не вкусный», «гадкий» следующими эвфемизмами:

«Еестряпню можно назвать нормальной, но не более» [Лиза 2018: 51].

«Качество блюд оставляет желать лучшего» [Лиза 2018: 51].

➤ Для каждого человека важно становится лучше с каждым днем, быть интересной личностью и узнавать что-то новое. Таким образом, одной из заключительных стала тема внутреннего мира человека. Обратимся к примерам:

«Не бойся немного побыть Гермионой Грейнджер» [Лиза 2018: 33].

Использованное сравнение подразумевает следующую идею автора: «побыть выскочкой», «побыть заучкой», так как из серии знаменитого фантастического кинофильма о Гарри Поттере, мы знаем, что одна из героинь, а именно Гермиона Грейнджер, отличалась особенными качествами такими как любознательность, интеллектуальность, она умна и не боится это показать. Таким образом, прототип главной героини был использован в качестве эвфемизма.

«Природа щедро отсыпала скромности» [Лиза 2018: 33].

В данном примере мы наблюдаем эвфемистический оборот «щедро отсыпать скромности», который использован для описания замкнутого, скрытного человека. В силу того, что подразумеваемые качества носят негативный характер, автор использует прием эвфемизации.

«Что делать, если столбик твоего эмоционального термометра опустился до неприлично низкой отметки?» [Лиза 2018: 4].

В данном случае мы находим одно из самых объемных эвфемистически – окрашенных словосочетаний. Авторы статьи прибегают к его использованию с целью избежать негативного слова «депрессия».

«Вам с вашей умной головой придется ждать вашего принца до пенсии» [Лиза 2018: 32].

Данный пример процитирован из прямой речи. В нем мы находим эвфемизм *«умная голова»*, который использован в обратном значении. Согласно контексту статьи, эвфемизм заменяет такие выражения как: *«с вашей напыщенностью»*, *«с вашим качеством лезть не в свои дела»*.

➤ Такое качество как карьеризм, давно присуще женщинам. Желанием быть независимыми и сильными обладает большая часть населения мира. Итак, заключительной темой в исследовании данного журнала является тема материального положения.

«Родители были врачами, профессия уважаемая, но не слишком денежная» [Лиза 2018: 60].

Эвфемизм *«не слишком денежная»* заменяет такие описания как *«мало оплачиваемая»*, *«не прибыльная»*.

«Путешествие в Грецию отнюдь не самое бюджетное» [Лиза 2018: 52].

В данном случае, авторы статьи скрывают такие слова как *«дорогое»*, *«недоступное»*.

2.3. Анализ соотношения групп использования эвфемизмов в женских и мужских англоязычных журналах

При работе с женским глянцевым изданием *«Cosmopolitan»* было проанализировано 22 единицы эвфемизмов, каждая из которых соотнесена с определенной группой по своему смыслу. Темами эвфемизмов стали возраст, вес, материальное положение, карьера и сфера физиологии. Анализ представлен в диаграмме 1.

Соотношение частотности использования эвфемизмов в журнале "Cosmopolitan"

■ Возраст ■ Вес ■ Материальное положение ■ Карьера ■ Сфера физиологии

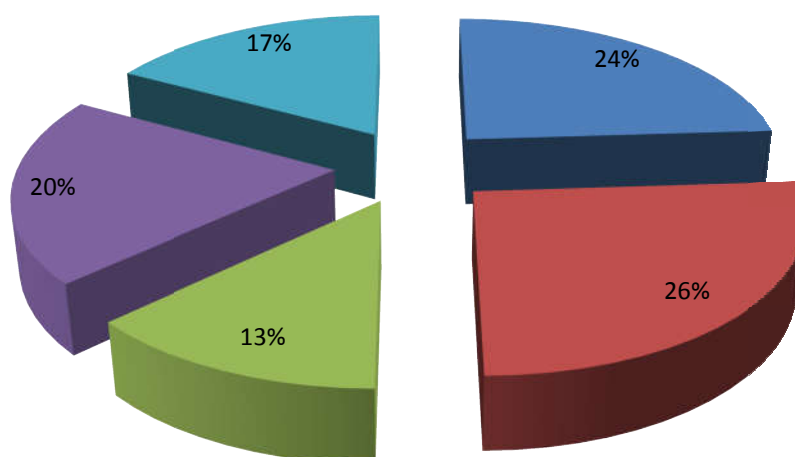


Диаграмма 1

На данной диаграмме мы можем проследить соотношение использования эвфемизмов. По данной диаграмме мы можем сделать вывод, что самой популярной темой, для применения эвфемизмов являются вопросы веса. Актуальность данного аспекта интересовала, интересует и будет интересовать читательниц женских глянцевого журналов. Данная тема является наиболее обширной, потому что в женских глянцевого журналах часто можно встретить колонки от диетологов и тренеров физической культуры. Вес, так же является показателем здоровья, что является самым модным и крепко закрепившимся трендом на все сезоны.

Следующей обсуждаемой темой является возраст. Возраст занимает вторую позицию по частотности эвфемизации в женских глянцевого журналах. В наше время существует большое количество способов

сохранения кожи в молодом и красивом виде. Одним из них является использование различных косметических продуктов. Производители данной категории товаров имеют между собой соперничество и поэтому, вынуждены рекламировать свой товар в наиболее популярных и читаемых изданиях, нацеленных на определенные возрастные категории. Наибольшее количество эвфемизмов по теме возраста, было отмечено в рекламах косметических продуктов, помогающих сохранить молодость.

Третьей категорией являются эвфемизмы, использованные не тему материального положения. Одну третья часть женского журнала занимает реклама. Модной одежды, обуви, косметики, парфюмерии и т.д. Как правило производители рекламируют те продукты, которые по каким то причинам не преуспевают в продажах. Одной из таких причин является стоимость того или иного продукта. Стоимость во многом определяется маркой продукта. Читая глянцевого журнал девушки и женщины захотят приобрести трендовую вещь, а для этого нужны средства. В женских глянцевых журналах очень актуальны колонки про успешных и деловых женщин, из которых мы можем узнать путь, по которому они развивали свою карьеру. Именно в таких статьях нам встретились эвфемизмы по вопросу финансового положения.

Четвертая категория, вызывающая желание эвфемизации стала тема работы и карьерного роста. Как было сказано ранее, в журналах мы часто можем наткнуться на информацию о людях, которые очень много времени посвящают своей работе. Такие рассказы помещены в журналы рассматриваемого нами жанра не случайно. В них прослеживается мотивация, которой авторы хотят побудить читательниц заниматься собой и своим любимым делом.

И пятой, последней категорией предстает тема касающаяся тем физиологии. Не секрет, что в наше время существует очень много проблем, касающихся здоровья. Самой актуальной темой является материнство.

Эвфемизмы встретились нам в колонках молодых мам и их советов по уходу за детьми. [Корчевская 2012: 18].

При работе с мужским глянцевым изданием «Men's Health» было проанализировано 14 эвфемизмов и выявлено 3 наиболее распространенные тематические группы: отношения, благосостояние и карьера. В диаграмме 2 представлено процентное соотношение частотности употребления выявленных групп.

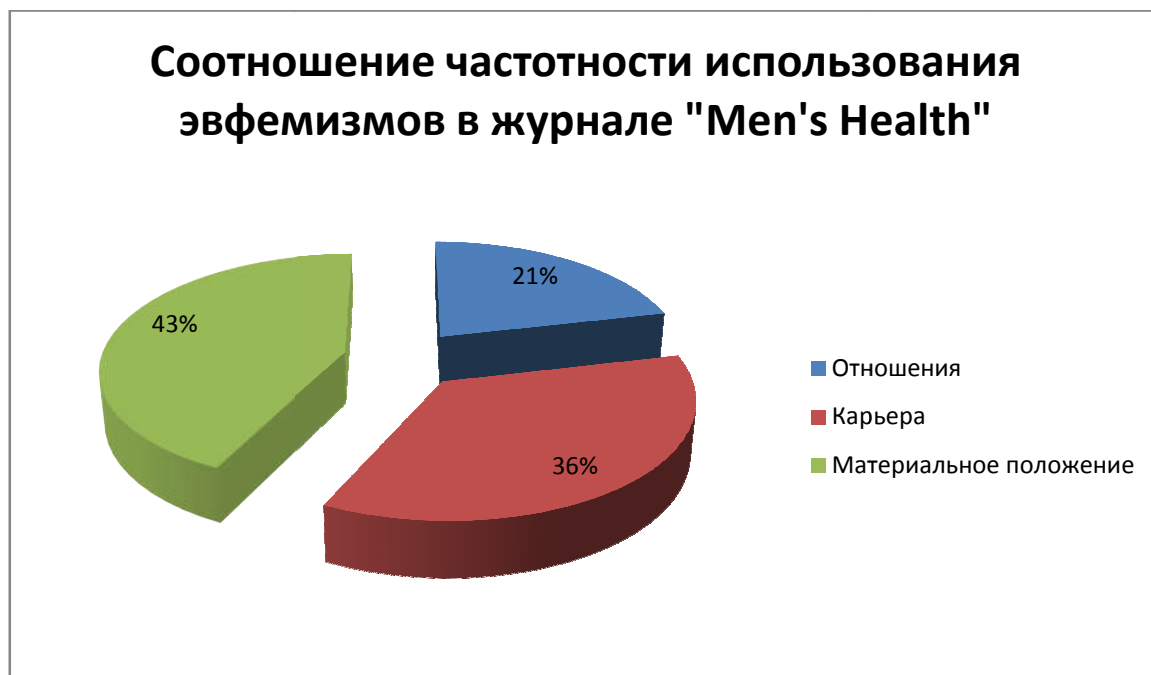


Диаграмма 2

Первой, и самой меньшей по частотности использования эвфемизмов группой стала группа тематики отношений. Среднестатистический читатель исследованного издания является мужчина, таким образом, мы можем сделать вывод, что тематика взаимоотношений не является самой востребованной у читателя мужского пола. Второй по численности стала группа тематики карьеры. Исходя из данных диаграммы, мы видим, что данная тематика преимущественно превосходит предыдущую. Этот факт подтверждает, что карьера и саморазвитие является очень актуальной темой, которую нельзя оставить без внимания. Наиболее актуальной темой в мужском глянцевом издании «Men's Health» стала тема Материального

положения. Данный факт указывает нам на то, что среднестатистический читатель данного издания заинтересован в своем финансовом благосостоянии.

На основе проведенного нами исследования, мы можем сравнить полученные результаты.



Диаграмма 3

Согласно данной диаграмме мы можем сделать следующий вывод:

Редакторы мужских и женских журналов используют разные тактики для привлечения потенциального читателя. На примере нашей работы, мы можем сказать, что женщины намного щепетильнее относятся к словам и выражениям, которые отражают реальность, именно поэтому, авторы журналов для женщин чаще прибегают к использованию эвфемизмов. По сравнению с количеством использованных эвфемизмов в мужских журналах, мы сделали вывод, что для мужчин услышать «не прикрытую» правду не является настолько категоричным явлением. Именно этим обуславливается меньшее использование эвфемистических единиц и оборотов.

2.4. Анализ соотношения групп использования эвфемизмов в женских и мужских русскоязычных журналах

Нами было проанализировано женское издание «Лиза» объемом 227 страниц. Из ряда исследованных выпусков мы классифицировали 36 эвфемизмов на темы физиологии, веса, возраста, гастрономии, внутреннего мира, отношений и материального положения. Рассмотрим частотность использования данных групп эвфемизмов на диаграмме 4:



Диаграмма 4

Самой объемной темой стала тема физиологии, так как она включает в себя большое количество под тем с разным смысловым значением. В женском журнале «Лиза» тема физиологии охватывает названия различных болезней, физические упражнения, движения, особенности внешности и тело строения, в частности, особенности кожи лица и тела.

Следующей темой служит тема веса. Во все времена женщины стараются соответствовать принятым стандартам красоты в обществе. Журнал «Лиза»

освещает разные темы, которые направлены на то, чтобы читательницы могли достичь желаемого результата. В журнале приводятся статьи о правильном питании, возможных упражнениях, о принципах выбора одежды. Тема нашла свое отражение в эвфемизации так как авторы журналов считают важным деликатное обсуждение данной темы.

Третьими по частотности использования стали четыре группы: возраст, внутренний мир, отношения и гастрономия.

Самой меньшей по частотности использования стала тема материального положения. Это характеризуется тем, что сама тема материального положения редко затрагивается в данном журнале.

Так же, нами было проанализировано 223 страницы из ряда выпусков мужского журнала «Патрон» и классифицировано 23 эвфемизма. Темами, в которых авторы прибегают к эвфемизации речи стали: экономико-политические отношения, материальное положение, возраст, физиология, внутренний мир человека, отношения, вредные привычки и внешность. Рассмотрим частотность использования данных групп эвфемизмов представленных в диаграмме 5:

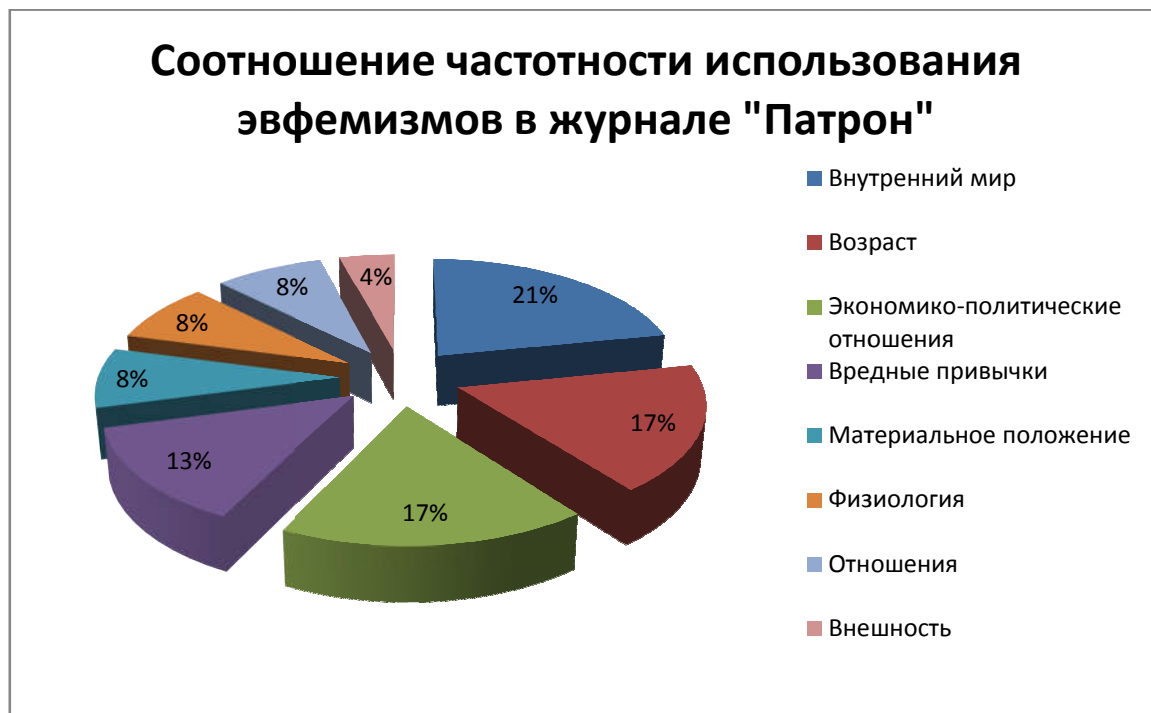


Диаграмма 5

Самой многочисленной темой использования эвфемизмов стала тема внутреннего мира человека. Это обусловлено тем, что в каждом выпуске журнала «Патрон» приведены биографии разных знаменитостей, в которых подробно описаны качества личности.

Вторыми по частотности использования стали темы посвященные экономико-политическим вопросам и теме возраста. Данный журнал нацелен на большую аудиторию читателей, поэтому в нем присутствуют колонки о политических и экономических событиях в мире.

Третьей по частотности использования стала тема различных видов вредных привычек. В отличие от женского журнала «Лиза» в котором данная тема отсутствует.

Четвертое место по частотности использования делят между собой темы материального положения, межличностные отношения, физиология.

Самой редко встречающейся темой, относительно использования в ней эвфемизмов, стала тема внешности. На основе этих данных мы можем утверждать, что внешность и внешний вид не имеют широкого обсуждения в рамках данного журнала.

Проведенное исследование позволяет нам сравнить полученные результаты, представленные в диаграмме 6:

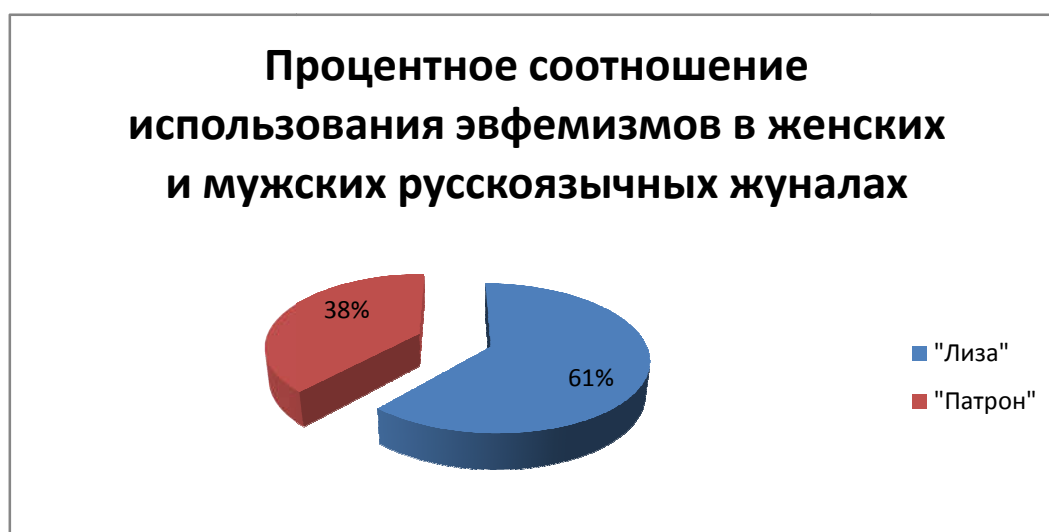


Диаграмма 6

Данная диаграмма подтверждает ранее сделанный нами вывод при анализе процентного соотношения использования эвфемизмов в женских и мужских англоязычных журналах. Авторы англоязычных и русскоязычных женских журналов используют больше эвфемизмов, чем авторы мужских изданий.

Таким образом, в данной работе было проанализировано 35 эвфемизмов английского языка, а так же 59 эвфемизмов русского языка. Посредством семантического анализа женского глянцевого издания «Cosmopolitan», в котором нами было проанализировано 22 эвфемистические единицы и было выделено 5 семантических полей, включающих в себя эвфемизмы английского языка с данным компонентом: «возраст», «вес», «материальное положение», «все о работе» и «сфера физиологии», а так же женского глянцевого издания «Лиза», в котором нами было выявлено 36 эвфемистических единицы распределенных по темам как: «сфера физиологии», «вес», «возраст», «гастрономия», «внутренний мир», «отношения», «материальное положение». Исследуя цели эвфемизации речи, мы определили цели у наших конкретных примеров. Исследовав два выпуска женского глянцевого журнала «Cosmopolitan» мы выявили возможные эвфемизмы и проанализировали их сущность, а именно то, на что направлено использование каждого из них. Так же мы проанализировали ряд мужского глянцевого издания «Men's Health», в котором нами было проанализировано 14 эвфемистических единиц и было выявлено 3 наиболее широко используемые темы такие как: «Отношения», «Карьера», «Благосостояние». Затем нами был выполнен анализ русского мужского журнала «Патрон». Было выявлено 23 эвфемизма и выделены следующие темы: «Экономико-политическая», «материальное положение», «возраст», «физиология», «внутренний мир», «отношения», «вредные привычки», «внешность». Так же мы сравнили употребления эвфемизмов в женских и мужских, англоязычных и русскоязычных изданиях по количественному признаку. Анализ представлен в диаграммах 3 и 6.

2.5. Анализ актуальности эвфемистических групп использованных в женских и мужских русскоязычных и англоязычных журналах

Рассмотрим тематику женских журналов. В связи с проведенным нами анализом, мы можем выделить наиболее популярные темы.

Рассмотрим данные анализов представленных в диаграммах 1 и 4. Согласно данным, самыми популярными темами являются темы веса и физиологии. Это обусловлено тем, что в современном мире существует множество реклам различного характера, в которых худоба является образом красоты и примером, который притягивает внимание мужского пола. Женщины находятся под постоянным влиянием общественных стандартов красоты, которые призывают внешне выглядеть в соответствии с ними. Темой, набравшей наименьшее количество эвфемизмов, стала тема материального положения. Не смотря на то, что в наше время многие женщины стремятся к финансовой независимости, среди них существуют домохозяйки, которые находятся на попечении.

Эти факты оставляют отпечатки в общественной женской литературе при помощи эвфемизации речи.

Рассмотрим полученные нами данные из мужских журналов представленных в диаграммах 2 и 5. Самыми популярными стали темы благосостояния и внутреннего мира. Согласно сложившемуся много лет назад общественному строю, мужчина считается добытчиком и человеком, который содержит семью. Так же, в последние годы, возросло количество личностных тренингов, направленных на достижение карьерного роста посредством раскрытия внутренних возможностей человека. Таким образом, тема материального положения напрямую связана с темой внешнего мира человека и этот факт отражается в эвфемизации лексики мужских журналов.

В свою очередь, наименьшее количество эвфемизмов было найдено в рамках тем внешности и отношений.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Язык это быстротечно развивающаяся система, в которой учтены все условия его носителей. Глянцевые журналы пользуются большим спросом среди читателей. Чтобы сохранить данную тенденцию, модные глянцевые издания делают все шаги для привлечения читателей всех возрастов и жизненных интересов. Привлечение читателей нашло отражение непосредственно в языке, а именно в использовании большого количества эвфемизмов. На примере изученных нами понятий эвфемизма, мы определили понятие эвфемизма, которое целостно отражает суть данного явления. Так же, нами были выявлен ряд причины, цели и условия эвфемизации речи.

Исследовав языковой материал, мы сделали следующий вывод:

Эвфемизмы и эвфемистические оборотами служат наиболее подходящим способом для преодоления коммуникативных конфликтов между коммуникантами. Стремление с помощью эвфемизмов уберечь читателя от затруднительных и неуместных ситуаций в процессе чтения.

Для изученного нами глянцевого материала свойственны другие цели эвфемизации речи, а именно вуалирование, зашифрованность и стремление избегать коммуникативных конфликтов для привлечения наиболее широкого круга читателей и читательниц. Данные особенности эвфемизмов дают авторам возможность скрыть от общества некоторые факты, которые могут повлечь за собой неприятную систему оценок и вызвать антипатию к тому или иному изданию.

Так же, нами был проведен анализ эвфемистических единиц в русских, английских, женских и мужских журналах. На основе данного анализа, нами были выделены следующие тематики, в которых было задействовано данное явление.

Итак, очень часто эвфемистические выражения в речи мужских и женских гляцевых журналов используются для обозначения:

- Возраста
- Веса
- Карьеры
- Сферы физиологии
- Материального положения
- Внутреннего мира
- Отношений
- Вредных привычек
- Тема экономики и политики
- Гастрономии

Таким образом, основным уровнем реализации эвфемии в гляцевых журналах является воздействие на читательскую аудиторию.

Нами был проведен анализ актуальности данных тем в русскоязычных, англоязычных женских и мужских гляцевых журналах, согласно которому, наиболее актуальными темами использования эвфемизмов в женских журналах стали темы веса и физиологии. Наименее актуальной стала тема материального положения. В мужских журналах, наиболее актуальными темами стали темы материального положения и благосостояния. В свою очередь, наименьшее количество эвфемизмов было найдено в рамках тем внешности и отношений.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ЛИТЕРАТУРЫ

- 1) Абелева И.Ю. Речь о речи. Коммуникативная система человека. – М.: Логос, 2004. – 304 с.
- 2) Антрушина Г. Б. English Lexicology / Г. Б. Антрушина, О. В. Афанасьева, Н. Н. Морозова. – М.: Дрофа, 2004. – 288 с.
- 3) Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов: слов.-справ. – Москва: Эфвемизм, 1969. – 521 с.
- 4) Бойко Т.В. Эвфемия и дисфемия в газетном тексте: автореф. дис. Бойко Т.В. канд. филол. наук. – Санкт-Петербург, 2005. – 19 с.
- 5) Босачева Н.Ц. Контекстуальная эвфемия в современном английском языке: дис. Босачева Н.Ц. канд. филол. наук. – Ленинград, 1989. – 190 с.
- 6) Васильева А. Н. Газетно-публицистический стиль речи. – М.: Русский язык, 1982. – 134 с.
- 7) Вильданова Г.А. Эвфемия и принцип вежливости в современном английском языке: гендерный аспект. – М.: Директ-Медиа, 2015. – 48 с.
- 8) Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка. – М.: Изд-во литературы на иностранных языках, 1958. – 462 с.
- 9) Гилмор Д. Становление мужественности: Культурные концепты маскулинности. – М.: Российская политическая энциклопедия, 2005. – 236 с.
- 10) Горошко Е. И. Особенности мужского и женского вербального поведения (психолингвистический анализ): дис. канд. филол. наук. – Харьков, 1996. – 179 с.
- 11) Горчакова В. Г. Деловитость и женственность // Психологические особенности профессионализма женщины. – Челябинск: РЕКПОЛ, 1999. – 226 с.

- 12) Дубовская И. Н. Женский портрет на фоне рекламы // Лингвистика и межкультурная коммуникация. – М.: МГУ, 2002. Вып. 2: Женский портрет на фоне рекламы. – С. 98–106.
- 13) Заботкина В. И. Новая лексика современного английского языка. – М.: Высшая школа, 1989. – 126 с.
- 14) Кацев А.М. Языковое табу и эвфемия: уч. пособие. Ленинград: Изд-во ЛГПИ, 1988. – 43 с.
- 15) Корчевская М.А. Эвфемия как инструмент воздействия на аудиторию в журналистике и рекламе: автореф. дис. Корчевская М.А. канд. филол. наук. – Москва: Российский ун-т, 2012. – 18с.
- 16) Локтинова Т.А. Ученые записки // Контекстуальная эвфемия в социальной рекламе. – 2012. - № 2. – С. 330–334.
- 17) Лиза // - 2018.№14. – С 1–55.
- 18) Лиза // - 2018.№16. – С 1–52.
- 19) Лиза // - 2018.№17. – С 1–55.
- 20) Лиза // - 2018.№20. – С 1–58.
- 21) Москвин В. П. Эвфемизмы в лексической системе современного русского языка. – М.: Ленанд, 2007. – С. 6–12.
- 22) Москвин В. П. Эвфемизмы: системные связи, функции и способы образования // Вопросы языкознания. – М.: Русская речь, 2001. – Вып. 3: Эвфемизмы: системные связи, функции и способы образования. – С. 58–70.
- 23) Общие ресурсы по лингвистике и филологии: сайт Игоря Гаршина. – 2002 [Электронный ресурс]. Дата обновления: 05.10.2008. – URL: <http://katori.pochta.ru/linguistics/portals.html> (дата обращения: 05.02.2017).
- 24) Основы теории коммуникации: учебник / М.А. Василик, М.С. Вершинин, В.А. Павлов [и др.] / под ред. проф. М.А. Василика. – М.: Гардарики, 2006. – 615 с.
- 25) Патрон // -2011.№5. – С 1–52.

- 26) Патрон // -2013.№2. – С 1–58.
- 27) Патрон // -2013.№4. – С 3–66.
- 28) Патрон // -2013.№5. – С 3–55.
- 29) Романов С.И. Культурная обусловленность эвфемизации // Когнитивно-дискурсивная лингвокультурология и стилистика. Тула: С-Принт, 2014. – Вып. 1: Культурная обусловленность эвфемизации. – С. 16–19.
- 30) Романов С.И. Культурная обусловленность эвфемизации речи // Гуманитарные науки. – Тула: Известия ТулГУ, 2014. – Вып. 1: Культурная обусловленность эвфемизации речи. – С. 321–325.
- 31) Романов С.И. Лингвокультурные особенности эвфемистической номинации в русском языке // Документ как текст культуры. – Тула: С-Принт, 2015. – Вып. 8: Лингвокультурные особенности эвфемистической номинации в русском языке. – С. 69–72.
- 32) Романов С.И. Лингвокультурные особенности эвфемистической номинации в русском языке // Документ как текст культуры. Тула: С-Принт, 2015. Вып. 8: Лингвокультурные особенности эвфемистической номинации в русском языке. – С. 69–72.
- 33) Романов С.И. О явлении эвфемизации в речи // Грани языка в научном освещении и педагогической практике. Тула: С-Принт, 2012. – Вып. 2: О явлении эвфемизации в речи. – С. 22–23.
- 34) Романов С.И. О явлении эвфемизации речи // Документ как текст культуры. – Тула: Тульский полиграфист, 2010. – Вып. 3: О явлении эвфемизации речи. – С. 84–86.
- 35) Романов С.И. Отражение категорий культуры в семантике эвфемизмов // Когнитивно-дискурсивная лингвокультурология и стилистика. – Тула: С-Принт, 2016. – Вып. 3: Отражение категорий культуры в семантике эвфемизмов. – С. 52–55.

- 36) Рузиева Л.Т. Табу и эвфемизмы // Вестник таджикского национального университета. Таджикистан: Таджикский национальный университет, 2015. Вып. 4: Табу и эвфемизмы. – С. 34–37.
- 37) Саакян Л.Н. Эвфемия как прагмалингвистическая категория в дискурсивной практике непрямого речевого убеждения: дис. канд. филол. наук. – Москва, 2010. – С. 73–140.
- 38) Смирницкий А.И. Лексикология английского языка. – М.: Изд-во Московский Государственный Университет, 1998. – 260 с.
- 39) Телия В.Н. Метафоризация и ее роль в создании языковой картины мира. – М.: Изд-во Наука, 1998. – 203 с.
- 40) Тишина Н.В. Национально-культурные особенности эвфемии в современном английском и русском языке: автореф. дис. канд. филол. наук. – Москва: Московский гос. ун-т, 2006. – 35 с.
- 41) Тюрина Е. Е. Семантический статус эвфемизмов и их место в системе номинативных средств языка на материале соврем, англ. языка: дис. канд. филол. наук. – Новгород, 1998. – 134 с.
- 42) Хакимова М.М. От древнего табу к современной эвфемии // Вестник таджикского национального университета. Таджикистан: Таджикский национальный университет, 2015. Вып. 4: От древнего табу к современной эвфемии. – С. 25–28.
- 43) Cosmopolitan // - 2014.-№4. – С 13-101.
- 44) Cosmopolitan // - 2016.-№1. – С 3-167.
- 45) Cowie A.P. Theory, Analysis, and Applications. Phraseology. – Oxford: Clarendon Press, 1998. – 258 p.
- 46) Dictionary of Idioms / The University of Birmingham: –Harper Collins Publishers, 1997. – 368 p.
- 47) Eugene A.N. Bible Translating. An analysis of principles and procedures. – N.Y.: American Bible Society, 1947. – 362 p.
- 48) Men's Health // - 2014.-№2. – С 1-158.

49) Men's Health // - 2016.-№1. – C 8-148.

50) Richard A. Spears American Idioms Dictionary. – Chicago: NTC Publishing group, 2005. – 996 p.